Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2025)**
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Artes
Area: Area de Música

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TALLER DE PRODUCCIÓN APLICADA	TECN.UNIV.EN PROD. MUSICAL	ORD. 14/18 CD	2025	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
OSORIO, RODRIGO NICOLAS	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
CREMASCHI, FERNANDO	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
2 Hs	Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	1º Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
12/03/2025	24/06/2025	16	64

IV - Fundamentación

La figura del productor musical (donde se sintetizan las funciones de compositor, arreglador y director) ha tenido un gran impulso, hasta convertirse en la persona imprescindible para que la, quizá incipiente, composición de un cantante, se convierta en una obra terminada al hacerse cargo de los arreglos instrumentales, la dirección de los músicos de la agrupación, la grabación de su disco y hasta la puesta en escena del concierto. Toda producción musical, independientemente del género o del destino, apunta o necesita pasar por un estudio de grabación. El desempeño fluido del músico en este medio es totalmente necesario porque aquí su producto adquirirá su forma final.

La industria del cine y del video no escapan a esta realidad, necesitando siempre del trabajo de musicalización de las imágenes que presenta, sea en el terreno del cine comercial, artístico, documental o publicitario, el mercado es gigantesco.

Al acentuarse el carácter mediático de nuestra cultura se abre un nuevo mercado para el músico ya que es necesario realizar producciones musicales que se utilizaran para “vestir” las emisiones radiales y televisivas, incorporando música para “señales institucionales”, “señales” y “cortinas” de apertura, cierre y promoción de programas, etc.

Al crecer los mercados y ampliarse el terreno mediático la publicidad ha tenido una expansión extraordinaria, necesitando incluso de la música como uno de sus elementos indispensables para su efectividad; por consecuencia los jingles publicitarios y las cortinas musicales para la promoción de productos constituyen un terreno laboral en crecimiento.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Integrar contenidos, conocimientos y habilidades vistos a lo largo de la carrera, pudiendo plasmarlos en la elaboración de su trabajo final.
Conocer las diferentes maneras de liderar una producción en cualquiera de sus ámbitos, manejando tiempos, recursos materiales, recursos humanos, saberes técnicos y musicales.
Desarrollar la capacidad de crear productos que se ajusten a consignas fijadas por diseñadores, creativos o realizadores.
Crear diseños sonoros que permitan recrear auditivamente acciones llevadas a cabo en el mundo del cine y video
Aplicar los conocimientos musicales teóricos y prácticos estudiados a lo largo de la carrera, orientados a lo emocional y funcional a la hora de trabajar en cine.
Articular los contenidos de la materia junto con los de Piano IV
Plasmar en registros sonoros las bases rítmicas/percusivas y ensambles instrumentales respetando los aspectos formales de los lenguajes folclóricos argentinos estudiados

VI - Contenidos

UNIDAD 1: Música e imagen
Categorías analíticas operativas: función articuladora, justificación óptica y argumental, interacción semántica, interacción sintáctica, interacción narrativa, direccionalidad emotiva, ubicación en el montaje y plano auditivo.
Funciones de la música
Etapas en la composición y elaboración de una banda sonora
Sincronización entre música e imagen. Sistema SMPTE y MTC.
Foley y diseño sonoro. Interpretación de guión y cue sheet. Tratamiento de los sonidos dentro de espacios específicos (Automatizaciones, filtros, reverb, Fx en general)
Análisis de músicas en películas: Babel, El cadáver de la novia, Birdman

UNIDAD 2: Música para publicidad y medios de comunicación. Comercial. Institucional. Promocional. Música en función del producto.
Música en radio, separadores y cortinas.
Prácticas en estudio de radio
Adaptación de la banda sonora a las pautas de tiempo.
Formatos de presentación de un comercial.

UNIDAD 3: Folklore argentino
Cueca cuyana y chacarera. Estructura, instrumentación, aspectos de producción, estética y norte conceptual. Composición, producción, mezcla y mastering
Producción de canción según una estética determinada
Análisis y dimensionamiento de las posibilidades sonoras. Optimización de recursos.
Ley de propiedad intelectual 11.723. Derechos de autor en Argentina.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

TP1: Producción de una banda sonora sobre guión
TP2: Producción de banda sonora sobre imagen, utilizando Cue sheet
TP3: Musicalización en vivo con foley y música. Articulación con Piano IV
TP4: Producción de un institucional para la radio de la Universidad.
TP5: Producción de banda sonora comercial para TV.
TP6: Producción artística de un tema musical cantado con un perfil impuesto.
TP7: Producción folklórica

VIII - Regimen de Aprobación

La materia sólo puede aprobarse a través de un examen final, el cual consiste en la presentación y defensa del trabajo final.
No puede rendirse en condición de estudiante libre
Asistencia a clases en un 80%.
Aprobación de trabajos prácticos en un 100%.

Al finalizar el cursado y habiendo aprobado todos los trabajos prácticos, los estudiantes deberán preparar el examen final. Este consistirá en realizar la producción musical completa a partir de una unidad del programa elegida por el alumno. Una vez elegido el trabajo, se le impondrán al alumno pautas de tiempo y formato de entrega. Previo al examen final deberá realizar no menos de tres consultas a través de las cuales los profesores puedan evaluar el progreso del trabajo.
Conjuntamente con la presentación del trabajo el alumno deberá realizar un coloquio ante la mesa examinadora, junto con la presentación de un informe que detalle los métodos, procedimientos, desafíos, equipamiento y tareas realizadas.

IX - Bibliografía Básica

[1] Documentos didácticos elaborados por la cátedra.
[2] Música para la imagen. José Nieto.
[3] La música y el cine. Teodoro Adorno y Hans Eisler.
[4] Enciclopedia de las bandas sonoras. Conrrado Xalabander.
[5] La música en el cine. Russell Lack.
[6] Documental Score: a film music documentary

X - Bibliografia Complementaria

[1] La música en el cine. Chion Michel. Editorial PAIDOS
[2] Asi se hacen las películas. LUMET SIDNEY. Editorial APUNTES
[3] Música para la imagen. José Nieto.
[4] La dirección de producción para cine y televisión. Fernández Diez, Federico. Editorial PAIDOS
[5] The Art of Mixing: A Visual Guide to Recording, Engineering, and Production. David Gibson, George Petersen
[6] Art of record production. Richard James Burgess

XI - Resumen de Objetivos

El objetivo fundamental de esta asignatura es desarrollar, a través de trabajos prácticos convenientemente seleccionados, todos los aspectos relacionados con la producción musical vistos en el transcurso de la carrera, específicamente, los relacionados con el mundo audiovisual y publicitario.

XII - Resumen del Programa

Música en el cine. Categorías analíticas operativas: función articuladora, justificación óptica y argumental, interacción semántica, interacción sintáctica, interacción narrativa, direccionalidad emotiva, ubicación en el montaje y plano auditivo.
Sincronización entre música e imagen. Sistema SMPTE y MTC. Música para publicidad y medios de comunicación. Comercial. Institucional. Promocional. Música en función del producto. Adaptación de la banda sonora a las pautas de tiempo.
Formatos de presentación de un comercial.
Perfil artístico y sonoro de una producción musical.
o. Ley de propiedad intelectual 11.723.
Derechos de autor

XIII - Imprevistos

Se contempla en la planificación la posibilidad de paros que dificulten el transitar normal de la cursada

XIV - Otros